消費者被害から高齢者を見守る取組に係る
都の役割と区市町村等との連携強化について

中間のまとめ

平成２７年１０月

第２３次東京都消費生活対策審議会

目　次

はじめに

東京都消費生活対策審議会は、平成２７年５月２９日、都では高齢者からの消費生活相談件数が年々増加傾向にあること、悪質事業者に狙われ被害に遭いやすい、高齢者の単身世帯や高齢者夫婦のみの世帯の増加が今後予測されることを踏まえ、「消費者被害から高齢者を見守る取組に係る都の役割と区市町村等の連携強化について」審議し、意見をまとめるよう、知事から諮問を受けた。

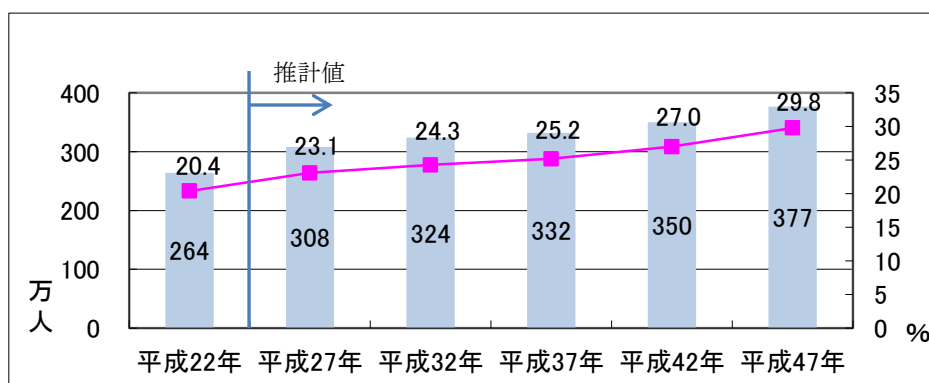
審議会は、高齢者を見守る取組に係る専門的事項を短期間に集中的に検討するため、部会を設置した。部会での審議では、消費者被害防止のための高齢者を見守る取組の現状と課題を踏まえ、その取組の中心である高齢者等の見守りネットワークを進めていくための基本的考え方と都及び区市町村が取り組むべき方向性について、議論してきた。

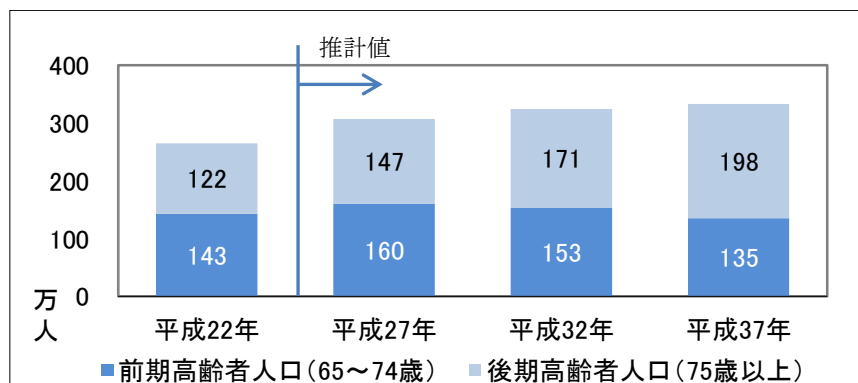
平成２７年１０月１６日の総会において、部会から報告を受け、本総会では更に審議を行い、「中間のまとめ」としてとりまとめを行った。

第１章　東京の高齢者の消費者被害を取り巻く状況

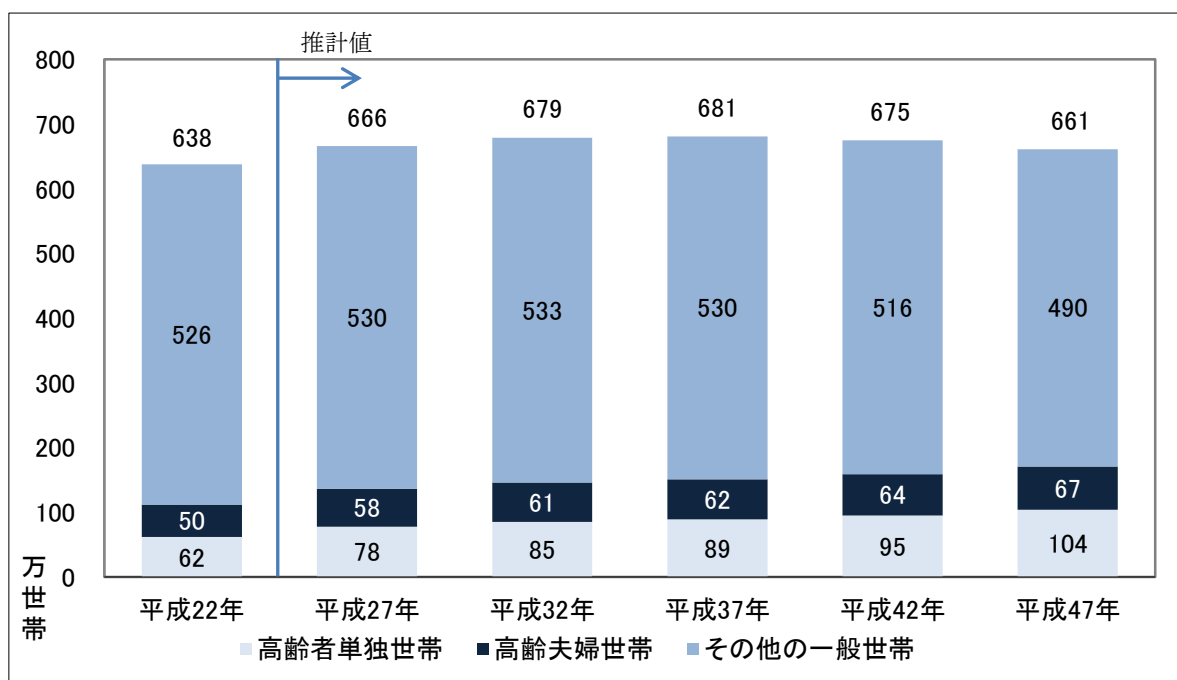
１　東京の高齢化の状況と将来予測

平成２２年の国勢調査では、東京都の高齢者人口（６５歳以上）は約 264 万人で、高齢化率（総人口に占める６５歳以上人口の割合）は、20.4%となっている。国立社会保障・人口問題研究所の推計によると、今後も、高齢者人口は増加が続き、平成３７年には約 332 万人（高齢化率 25.2%）、平成４７年には、約 377 万人（高齢化率 29.8%）に達すると予測されている。

【図表１－１】　東京都の６５歳以上人口と高齢化率[1]

また、高齢者人口を前期高齢者（６５歳～７４歳）と後期高齢者（７５歳以上）とに分けてみると、平成２２年には前期高齢者が約 143 万人、後期高齢者が約 122 万人となっているが、今後は後期高齢者が大幅に増加し、平成３７年には前期高齢者は約 135 万人であるが、後期高齢者は約 198 万人に達すると予測されている。

【図表１－２】　東京都の高齢者人口の推移[1]

[1] 資料：（平成 22 年数値）総務省「平成 22 年国勢調査」
（それ以降の数値）国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口」（平成 25 年 3 月）

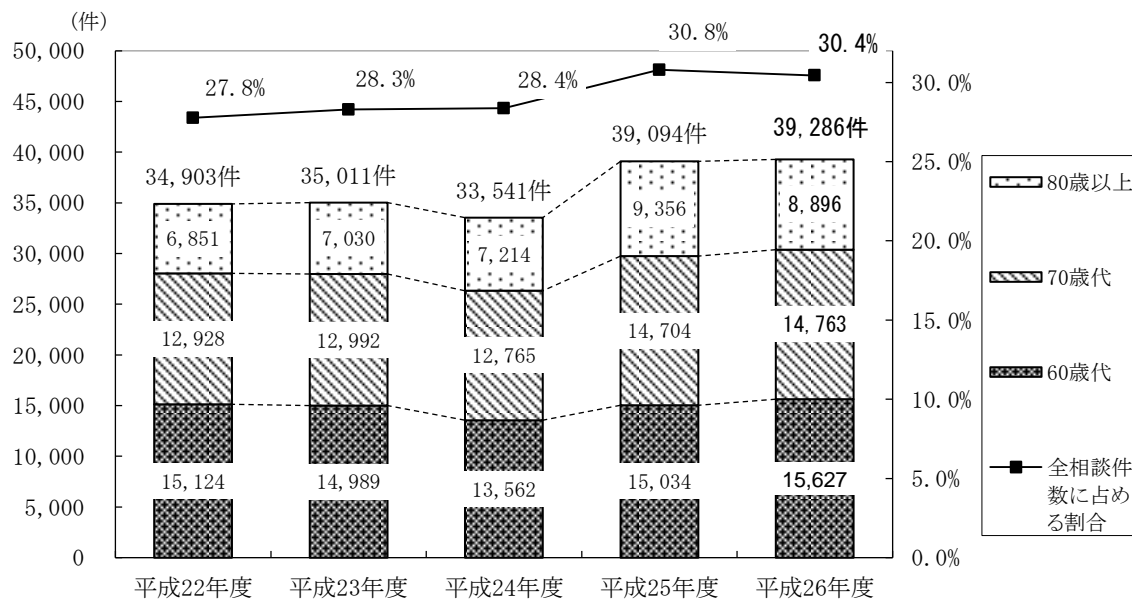
さらに、東京は、高齢者の一人暮らしが多く、平成２２年には、６５歳以上の都民のおよそ４人に１人に当たる約 62 万人が一人暮らしであり、平成４７年には、約 104 万人に達すると見込まれている。また、一人暮らし世帯と世帯主が６５歳以上で夫婦のみの世帯（以下「高齢夫婦世帯」という。）と合わせると、平成４７年には、約 170 万世帯を超えると見込まれ、総世帯のうち４世帯に１世帯が高齢者の一人暮らし世帯か高齢夫婦世帯となることが見込まれている。

【図表１－３】東京都の世帯数の推移[2]

２　高齢者の消費者被害の現状と課題

（１）消費生活相談の状況

都内の消費生活センター等に寄せられた高齢者（契約当事者が６０歳以上）の消費生活相談件数は、平成２１年度以降、６年連続で３万件を超え、平成２６年度は 39,286 件と過去最多となっており、全相談件数に占める割合も、平成２５年度からは３割を超えている状況にある。

[2] 資料：（平成 22 年数値）総務省「平成 22 年国勢調査」
（それ以降の数値）国立社会保障・人口問題研究所「日本の世帯数の将来推計」（平成 26 年４月）

【図表１－４】都内における高齢者の相談件数の推移[3]

高齢者の相談が占める割合の高いものには公社債、未公開株、ファンド型投資商品の購入等の平均契約金額が高額なものがあり、中には、一千万円を超える事例も見受けられる。そのため、平成２６年度における高齢者の平均契約購入金額は 207 万円と、５９歳以下の相談の平均契約購入金額の 118 万円と比較し、高額となっている。

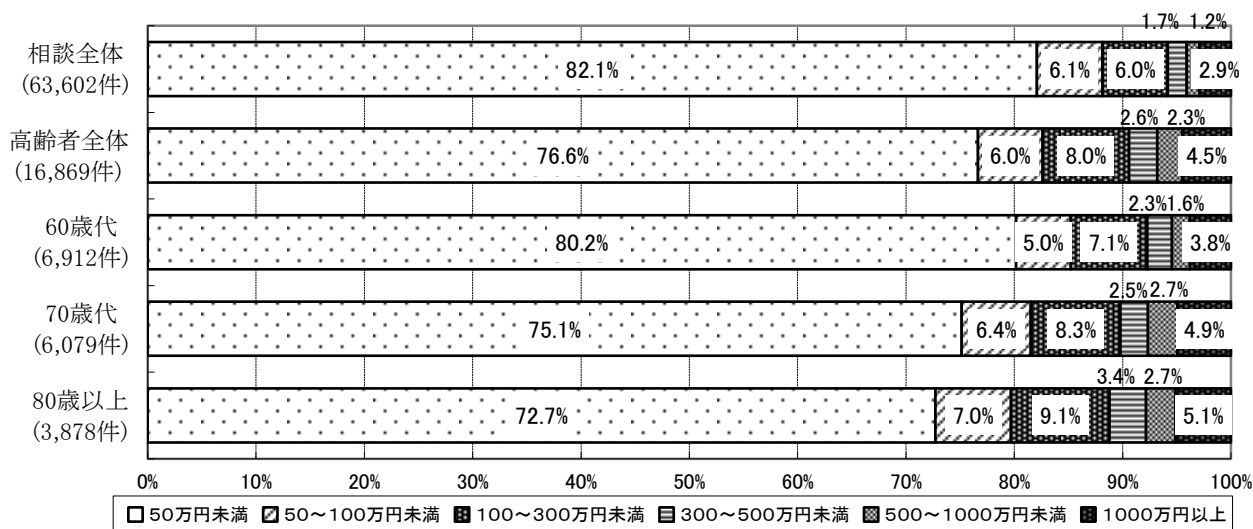
【図表１－５】　平成２６年度都内における高齢者の相談が占める割合の多い商品・役務[3]

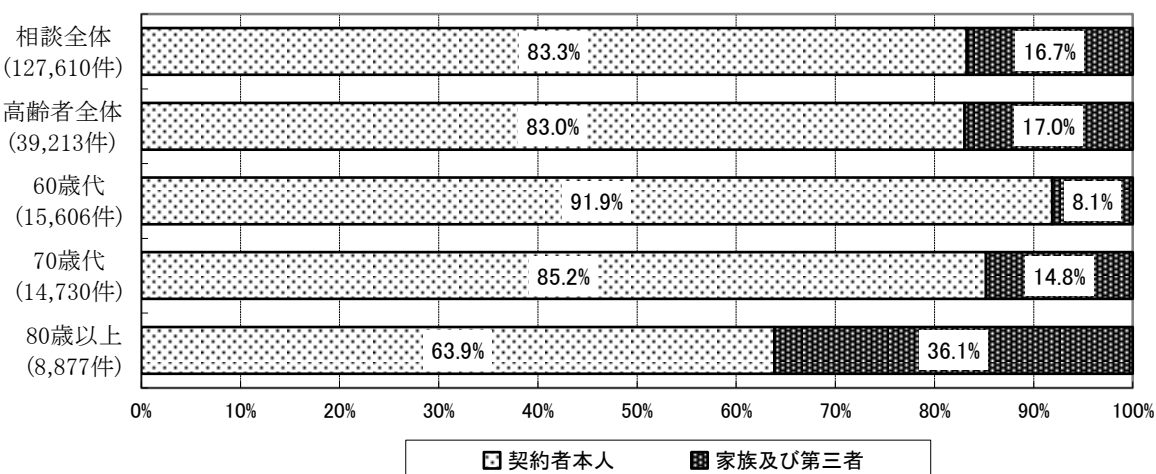
商品・役務分類	主な項目	高齢者の相談が占める割合	高齢者の相談	全年代の相談 ※
預貯金・証券等	公社債、未公開株、預貯金等	**79.5%**	1,060	1,334
ファンド型投資商品	和牛預託商法の二次被害、老人ホーム入居権、匿名組合への出資等	**73.7%**	833	1,130
工事・建築・加工	屋根工事、衛生設備工事、塗装工事、増改築工事等	**61.2%**	1,859	3,037
生命保険	普通生命保険等	60.8%	532	875
書籍・印刷物	新聞、単行本、雑誌	56.8%	871	1,533
食器・台所用品	浄水器等	55.6%	531	955
健康食品	健康食品、サプリメント等	50.4%	745	1,479
役務その他	公的機関を装った個人情報削除サービス、廃品回収サービス、不動産仲介サービス、弁護士等	48.4%	2,077	4,291
修理・補修	衛生設備、屋根、車、パソコン等の修理サービス、羽毛布団の打ち直し等	47.5%	645	1,358
家具・寝具	布団、羽毛布団等	41.8%	521	1,247

※年齢不明・無回答を除く

[3] 東京都生活文化局　報道発表資料「平成 26 年度消費生活相談概要」（平成 27 年 7 月）

しかし、高齢者からの相談全体で見ると、７割以上は契約購入金額50 万円未満となっている。

【図表１－６】平成２６年度都内における契約購入金額別割合　高齢者と相談全体の比較[4]

また、高齢者の相談は年齢が高くなるほど、本人ではなく、家族や第三者（ホームヘルパー・ケアマネジャー等）からの相談が増加する傾向にあり、８０歳以上では、約４割が本人以外から相談が寄せられている。

【図表１－７】平成２６年度都内における高齢者の相談に占める本人と家族・第三者の割合[5]

4 東京都消費生活総合センター調べ（平成 27 年 8 月 27 日現在の速報値）
いずれの件数も契約購入金額が不明な相談件数を除く。

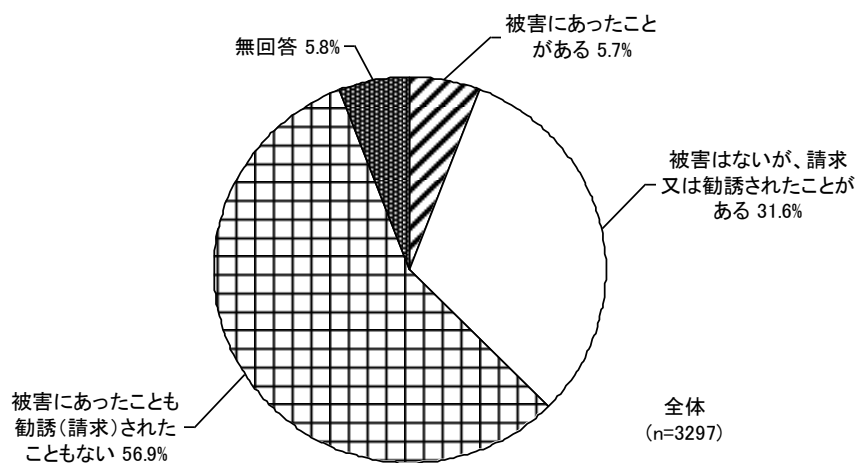
5 東京都消費生活総合センター調べ（平成 27 年 8 月 27 日現在の速報値）
いずれの件数も相談者が契約当事者本人であるか本人以外であるか不明な相談件数を除く。

（２）高齢者の消費者被害に関する調査から見る悪質商法被害経験

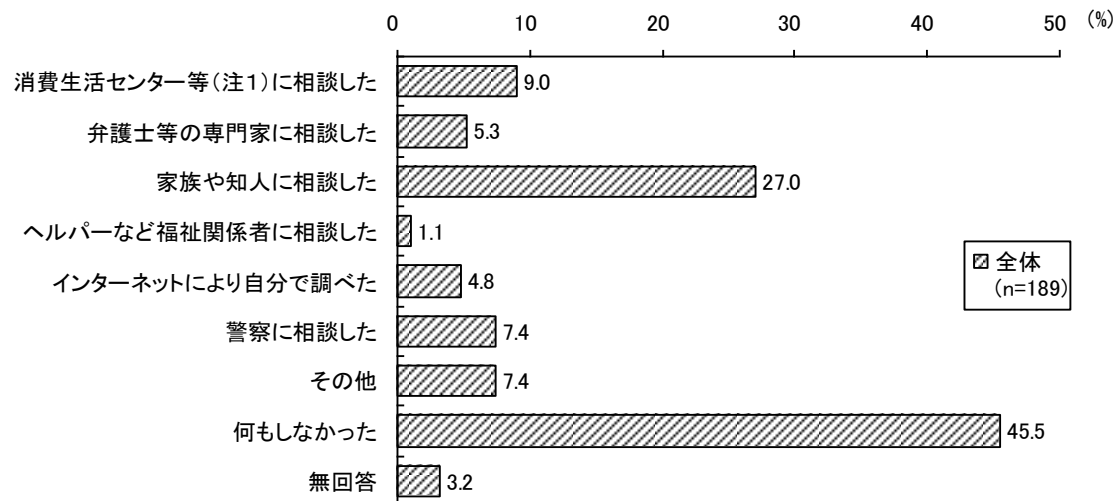
都では、高齢者の消費者被害の実態を把握し、その被害の未然防止・拡大防止に向けた情報発信の参考とするため、都内の各区市町村老人クラブ連合会に所属する７０歳以上の会員5,300人を対象に「高齢者の消費者被害に関する調査」を実施した（平成２６年３月）。

「架空請求」「点検商法」「次々販売」「利殖商法」「催眠（ＳＦ）商法」の五つの商法を挙げ、６０歳を過ぎてから被害に遭ったことがあるか聞いたところ、全体の 5.7%が「被害に遭った（契約した、お金を支払った）ことがある」と回答した。

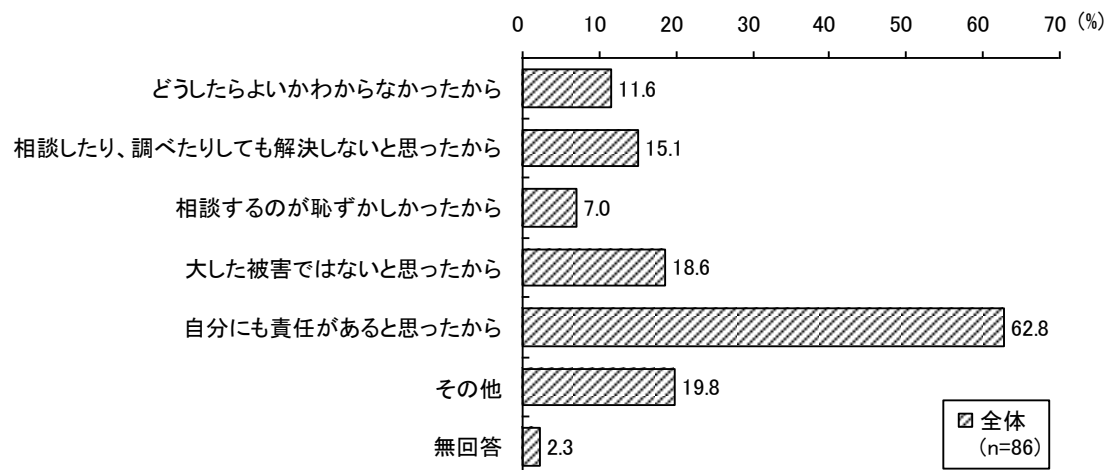
また、「被害はないが、請求又は勧誘されたことがある」が 31.6%で、実際の被害にあった人と併せると 37.3%となり、約４割が何らかの被害の危険に遭遇していると言える。

【図表１－８】　悪質商法の被害経験[6]

[6] 東京都生活文化局　「高齢者の消費者被害に関する調査」（平成 26 年 3 月）

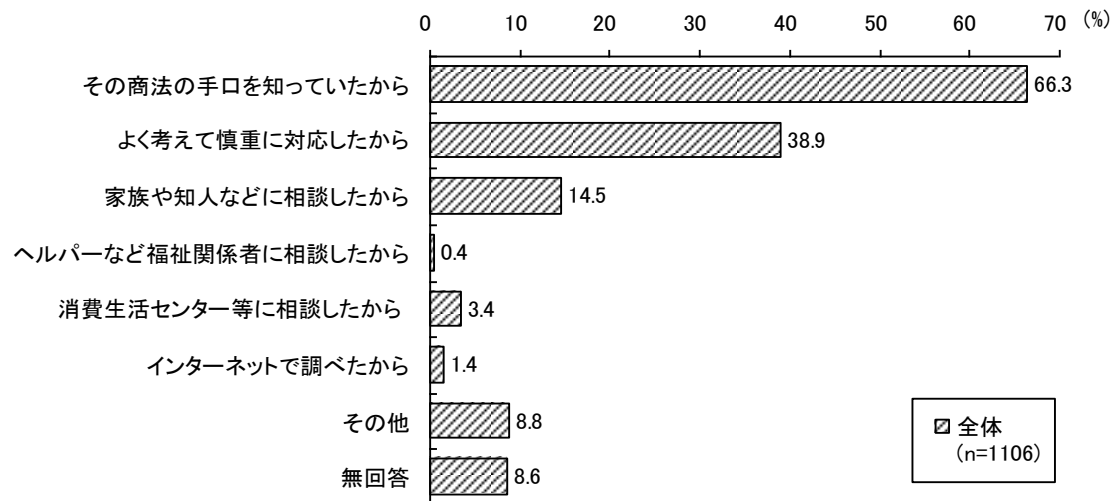
被害に遭ったことがあると答えた人のうち、被害にあった後の行動について聞いたところ、「何もしなかった」人が 45.5%と約５割となっている。

【図表１－９】　悪質商法の被害後の行動[7]（複数回答可）

（注1）「消費生活センター等」とは、東京都消費生活総合センター（東京都の相談窓口）または区市町村の消費生活センター（消費生活相談窓口を含む）を指す。

被害後に「何もしなかった」理由としては、「自分にも責任があると思ったから」と回答した人が 62.8%と最も多くなっている。

【図表１－１０】　被害後に「何もしなかった人」の理由[7]（複数回答可）

[7] 東京都生活文化局　「高齢者の消費者被害に関する調査」（平成 26 年３月）

請求又は勧誘されたことがあるにもかかわらず、被害に至らなかった理由を聞いたところ、「その商法の手口を知っていたから」が 66.3%で最も多くなっている。

【図表１－１１】　請求や勧誘をされたにもかかわらず、被害に至らなかった理由[8]（複数回答可）

（３）高齢者の消費者被害の課題

消費生活センターに寄せられた具体的な相談事例からは、様々な手口があることがうかがえ、中には、複数の事業者が役回りを分担して、消費者をだまそうとする「劇場型勧誘」や行政機関などを名乗って信用させる手口も見受けられる。

一方で、「高齢者の消費者被害に関する調査」で見られたように、被害に遭っても、自分にも責任があると思い込み、被害後に、相談等の行動に移さず、そのまま泣き寝入りする高齢者が多数いることが推測される。

また、高齢者は、加齢に伴う判断能力の低下に加え、判断材料となる十分な情報を持ち合わせていないことや将来に対する不安などにより、被害に遭うケースが多い。

東京は、高齢者の一人暮らしと高齢夫婦世帯が増加傾向にあり、周囲の目が届きにくく、地域でも孤立しがちであるため、悪質事業者に狙われ被害に遭いやすく、また、被害に遭ってしまった場合も発見されにくく、被害が拡大するおそれがある。

高齢者を消費者被害から守り、被害を拡大させないためには、地域の日常的な見守りの取組が必要である。

加えて、「高齢者の消費者被害に関する調査」では、被害に至らなかった理由として「その商法の手口を知っていたから」と多くの人が回答しており、手口の紹介などの高齢者への情報提供・啓発も必要になる。

---

[8] 東京都生活文化局　「高齢者の消費者被害に関する調査」（平成 26 年 3 月）

＜消費生活センターに寄せられた相談事例＞

○Ａ社から「あなたの住む地域に養護老人ホームをつくりたいので、入居権を買ってほしい」という内容のパンフレットが送られてきた。後日Ｂ社から電話があり、「老人ホームの入居権を買いたい。Ａ社のパンフレットを送ってほしい」と言われた。その後Ｃ社から「当社の代わりにＡ社の入居権を買ってほしい。名義は後から書き換える」と言われたので承諾した。直後にＡ社から「Ｃ社から 1,000 万円入金があった」と電話があったので不審に思い、断りの電話をしたら、解約料が 300 万円かかると言われた。

○「東京都生活相談センターの担当者」を名乗る男性から、「あなたの名前が複数の会社の会員に登録されている。依頼があれば削除する」という電話があった。削除を依頼したところ、後日、同じ男性から電話があり、「１社だけ削除できなかった。削除するためには、あなたの代わりに会員となる人が必要。知り合いのＮＰＯ団体の代表を紹介してあげる」と言われた。しばらくすると、別の人物から電話があり、「あなたの代わりに会員になってもよい。そのかわり、ＮＰＯ団体で購入しようとしている商品をあなたの名義で契約してほしい。震災復興を支援するために必要なものだ。協力してほしい。」と言われた。

○ひとり暮らしの８０代の母が事業者の訪問を受け、浄水器の購入契約をした。翌日、事業者は古い浄水器を取りはずした後、新しい浄水器を設置し、母は家にあった３０万円を払ったという。解約の申し入れをしようと思ったが、事業者の名刺、契約書、領収書、取扱説明書などの書類が無いため、浄水器のメーカー以外何も分からない。

○年金関連の機関を名乗る人物から電話があり「マイナンバー実施の前にアンケートをしている」と言われた。家族構成や、年金の受取金融機関、預金残高などを尋ねられた。

○行政関連の機関を名乗る人物から電話があり「もうすぐマイナンバーができます。あなたの個人情報を守るため電話しました。企業のデータベースに登録された個人情報を削除しますか？」と勧誘された。

第２章　消費者被害防止のための高齢者を見守る取組の現状と課題

１　各区市町村における高齢者等の見守りネットワークの構築状況

高齢者に対する地域の日常的な見守りについては、区市町村を主体とした地域の見守りのネットワークを構築しているところが多い。

そこで都内の高齢者の消費者被害防止のための見守りネットワークの構築状況等を把握するため、平成２７年６月、区市町村に対して、現況調査を実施した。現況調査は、「高齢者の消費者被害のための地域におけるしくみづくりガイドライン」（東京都生活文化スポーツ局 平成１９年３月）で明確化された、地域における高齢者の被害を防止するためのしくみづくりに必要な、以下の四つの要件に基づき設問を作成し、実施した。

要件１　被害の発見・連絡のための地域の見守りネットワークの構築

地域において、日常的に高齢者の生活に関わる方々に、被害発見の担い手となっていただき、消費生活相談につなげてもらう体制の構築が必要である。

要件２　速やかな相談受付と迅速な対応

消費生活センターは、高齢者の身近な人々の協力のもとに、高齢者の尊厳やプライバシーの確保に配慮しながら、第三者からの相談にも積極的に対応していく必要がある。また、被害を掘り起こし、状況に応じて福祉施策につないでいくことや、被害の回復に加えて、被害の拡大防止を図る役割が求められる。

要件３　高齢者及び見守りネットワークに対する効果的な情報提供

悪質商法の新たな手口等、高齢者本人及びその身近な人々への情報提供、啓発活動等が必要である。また、情報が必要とする高齢者一人ひとりに届くような、地域における効果的な情報提供の工夫が必要である。

要件４　消費生活部門と高齢者福祉部門との緊密な連携

高齢者被害についての相談が行政に入った場合、その相談を埋もれさせることなく、消費生活部門（消費生活センター等）や高齢者福祉部門（地域包括支援センター等）が連携して解決に取り組むことが重要である。また、相談を契機に必要に応じて福祉サービスにつなぐことができるよう、両部門の継続的な連携が必要である。

現況調査では、見守りネットワークの構築状況については、多摩西部や島しょの町村部を除く区市で、福祉部門で高齢者等の見守りを行うネットワークが構築されているところが多い結果となった。

多くの区市では、見守りの対象者を、「６５歳以上の高齢者」等、年齢を要件にしているほか、「６５歳以上の高齢者で、一人暮らし又は高齢者のみの世帯の方」等、年齢や世帯の形態を要件にしている。いずれも見守りの対象としては、幅広く捉えていることがうかがえる。この他、障害者など支援が必要な人を見守りの対象者として加えている区市もある。

回答のあった６１区市町村のうち区市について、ＡからＣまでの三つのグループに分類し、住民相互や行政と住民の距離が近く、すでに生活の異変に対する見守りが行われている状態にあると思われ、見守りネットワークの有無やその状況からは、他の区市のように分類して分析することが困難な多摩西部や島しょの町村をＤグループとした。

Ａ　福祉部門で見守りネットワークが構築されているが、構成員の中で、消費者被害への対応が、ネットワーク本来の役割としては、特に意識されていない区市（６区１１市）

Ｂ　福祉部門で見守りネットワークが構築されており、構成員の中で、消費者被害への対応が意識されている区市（１４区１２市）

Ｃ　消費生活部門で見守りネットワークが構築されているが、構成員は、福祉部門の見守りネットワークの構成員と重なっている区市（２区３市）

Ｄ　多摩西部や島しょの町村（５町８村）

見守りネットワークが構築されているＡからＣまでについて、グループごとの回答の傾向を見た。

要件２の「速やかな相談受付と迅速な対応」については、いずれの区市にも共通して、構成員の消費者被害への対応の意識の有無に関わらず、見守りネットワークの関係者から消費生活センター等への相談・通報の実績があった。また、高齢者の消費者トラブルを速やかに消費生活相談につなげるため、本人からだけではなく、見守りネットワーク関係者からの相談にも対応しているとしている。

要件３の「高齢者及び見守りネットワークに対する効果的な情報提供」については、高齢者本人への啓発事業、見守りネットワーク関係者への消費者情報の提供や出前講座がグループを問わず多くの区市で実施されている。

要件４の「消費生活部門と高齢者福祉部門との緊密な連携」については、消費生活部門から福祉サービスへの橋渡しや、福祉部門からの消費生活センターの紹介等、いずれの区市もルールを定めずに実施していることが多い。その内容としては、個別ケースに応じて連携している、相談があれば随時関係機関へつないでいるといったもので、区市の現場においては、消費生活部門と福祉部門との連携は、ケースバイケースで対応する様子がうかがえる。

連携のあり方として、消費生活部門と福祉部門の両部門が出席する情報共有、意見交換する会議等の開催については、グループＡの区市では、会議がない、不定期に開催、というところが多く、グループＢの区市では約半数が定期的な会議を開催し、グループＣの区

市では、不定期も含めると全ての区市で会議が開催されている状況である。

また、他に連携に関する設問として、消費生活相談員等が福祉サービス等のしくみを研修する機会の提供、福祉部門の職員や見守りネットワークの関係者が、クーリング・オフ等契約のしくみを研修する機会の提供の有無については、回答にグループによる差が見られる。

総じて、要件４に関係する消費生活部門と福祉部門の連携のあり方やその度合いについては、グループによる差異があることがうかがえる。

２　各区市町村における高齢者等の見守りネットワークの課題等の傾向

現況調査で回答された「高齢者の見守りネットワークの取組を進めていく上での課題」や、「取組を進めていくための都への要望」について着目すると、グループごとの回答の傾向がさらに顕著にあらわれる。

グループＡでは、消費者被害の対応は意識していないとしながらも、高齢者が消費者被害に遭遇していると見られる場合には、ほとんどの区市で消費生活センターへの連絡・通報がされた実績がある。これらの区市では、「生命にかかわる安否確認に比べ、消費者被害防止の優先度が低い」、「消費生活センターでどのような対応ができるか、関係者に十分理解されていない」、「行政内部での部門を超えた個人情報の共有が難しい」を課題としているところが多い。このように、消費生活部門と福祉部門の連携を課題として挙げ、中でも両部門の基本的な相互理解に関する部分が大きな課題としてとらえられている。

グループＢは、福祉部門の見守りネットワークで消費者被害の対応を意識している区市であるが、その多くから「都の福祉部門から区市町村の福祉部門への働きかけ」が都への要望として挙がっている。見守りネットワークで消費者被害の対応を行う意識があっても、グループＡと同様に、消費生活部門と福祉部門の連携や相互の理解がまだまだ十分とは言えない状況がうかがえる。

また、グループＢの区市では、「福祉サービスを受けていない単身や夫婦のみの高齢者の情報を得ることが難しい」ことを見守りネットワークの課題として挙げているところが多い。見守りネットワークでの見守りの対象となっている高齢者のうち、見守り関係者や行政との接点が乏しく、アプローチしにくい高齢者に対する消費者被害防止の取組を課題と考えている区市が多いことがうかがえる。

グループＣは、消費生活部門に見守りネットワークを構築している区市であるが、ほとんどの区市で「福祉サービスを受けていない単身や夫婦のみの高齢者の情報を得ることが難しい」ことを課題として挙げている。グループＢと同様、見守り関係者や行政との接点が乏しく、介入のきっかけがない高齢者に対して、どのように消費者被害の対応を行うかを大きな課題と考えている。

このように、接点の乏しい高齢者の課題については、グループＡではあまり挙げられていないところを見ると、見守りネットワークで消費者被害の対応が意識されていないため、

課題としての認識が薄いことがうかがえる。また、各グループに共通する課題としては、「家の外からでも発見可能な安否確認に比べ、消費者被害の発見は難しい」ことが挙げられている。
各グループに共通する都への要望については、「先進事例集の配布」、「情報交換の場の提供」が挙がっている。いずれの区市においても、次に進むべき方向性や他区市の状況を確認しながら、見守りネットワークの機能の充実を図ろうと考えていることがうかがえる。また、「啓発グッズの充実及び区市町村への提供」についても、いずれの区市においても都への要望として多く挙げられている。

３　消費生活センター（消費生活相談室・消費生活相談窓口）の取組の現状

ネットワークの中で、見守り関係者から寄せられた消費者被害に係る相談・通報は、消費生活センターにつなげられることになる。そこで、この消費生活センターの役割や取組等についても触れておく必要がある。
消費生活センターは、都道府県・区市町村が設置する行政機関である。主な役割として、消費生活全般に関する商品、サービスについての住民からの苦情や相談について、専門の相談員が受け付け、問題解決のための情報提供や助言を行っている。また、住民自身の交渉で解決が困難な時などには、消費生活センターが消費者と事業者との交渉のあっせんを行っている。また、消費者被害の未然防止や、暮らしに役立つ情報を、パンフレットやリーフレット等の資料やホームページ等を通じて提供している。このほか、苦情・相談の事例や消費生活にまつわることをテーマとした講座の開催等、啓発活動も行っている。
各区市町村の消費生活センターは、区市町村内におおむね１箇所設置されているが、区市町村によっては、相談業務は毎日行っていないところもある。当該区市町村の消費生活センターで相談業務を行っていない日や相談窓口を設置していない地域については、東京都のセンターである消費生活総合センター等に相談してもらうことで対応することができ、都内どこに住んでいても相談できる体制を確保し、都のセンターが区市町村センターの体制を補完・支援している形をとっている。

４　福祉部門の高齢者等の見守りネットワークのしくみ

区市町村における高齢者の見守りネットワークの構築状況の現況調査では、高齢者の見守りネットワークは、福祉部門で構築されていると回答した区市が多い結果となった。そこで、福祉部門で構築されたネットワークのしくみについても触れておく必要がある。
福祉部門における「見守り」等の生活支援は、超高齢社会の到来、一人暮らし高齢者や認知症の症状のある人の増加や孤立死の問題などを背景に、高齢者を支える重要な取組に位置づけられている。
福祉部門の高齢者等の見守りネットワークは、区市町村が整備したネットワーク基盤を

もとに、地域包括支援センターと地域住民がそれぞれの役割に応じてネットワークを構築しており、相互のネットワークが連携することによって有効に機能するものと考えられている。

【図表２－１】　有効に機能する高齢者等の見守りネットワークの仕組み[9]

地域包括支援センターは、高齢者見守りの総合窓口として、地域からの多様な相談に応じるとともに、見守りに関する連絡・相談を受け付け、速やかに状況を確認し、個々の高齢者の状況に応じて、専門的な見守りや医療・介護サービスの提供など、必要な対応につなげている。

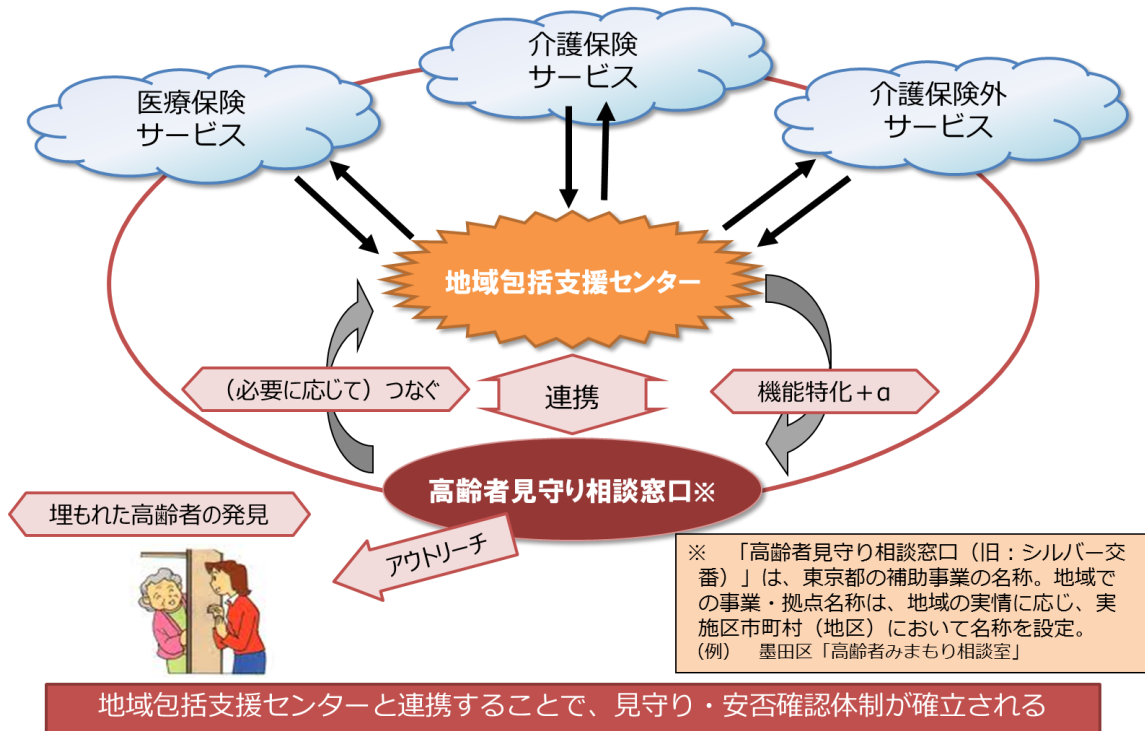
地域住民は、それぞれの地域で、日常生活の中でのさりげない見守り、サロン活動、定期的な見守りなど、様々な見守りを実施する団地や町会・自治会等の単位の、地域のネットワークを形づくるとともに、地域包括支援センターを中心とした見守りネットワークの一員として、高齢者等の異変に気付いた場合は、速やかに地域包括支援センターに連絡・相談を入れることとしている。

このような見守りネットワークにおける拠点となっている、地域包括支援センターは、生活圏（おおむね人口２～３万人）に１箇所設置され、高齢者の地域の自立した生活を支える拠点として、介護予防ケアマネジメント、総合相談支援業務、権利擁護業務、包括的・継続的ケアマネジメント支援業務などを行っている。

また、地域包括支援センターは、業務量が多いこともあり、東京都福祉保健局では、「高

[9] 東京都福祉保健局　「高齢者等の見守りガイドブック」（平成 25 年 3 月）

齢者見守り相談窓口設置事業[10]」を実施し、区市町村が、地域の実情を勘案した上で、見守り専門職を配置して見守りを行う「高齢者見守り相談窓口」を設置して、地域包括支援センターと連携した見守り活動を実施することを推進している。

【図表２－２】地域包括支援センターと高齢者見守り相談窓口

[10] 平成 22 年度から「シルバー交番設置事業」として開始、平成 27 年度から「高齢者見守り相談窓口設置事業」として再整理
平成 27 年 4 月末現在、15 区市町 55 地区で実施

第３章　消費者被害防止のための高齢者見守りを進める上での基本的考え方

１　消費者被害防止に関する消費生活部門と福祉部門の認識の共有

先の現況調査では、福祉部門の高齢者等の見守りネットワークが構築されている区市での課題として、「生命にかかわる安否確認に比べ、消費者被害防止の優先度が低い」「消費生活センターでどのような対応ができるか、関係者に十分理解されていない」が多く挙げられていた。消費者被害防止の優先度が低いことや消費生活センターの役割が十分理解されていないことは、福祉部門に対して、消費生活部門からの情報提供や連携の働きかけが十分ではないことを示していると考えられる。

行政の福祉部門の中においても、高齢者、障害者、子供等、対象が異なる場合に連携や情報の共有が難しいと言われていることを踏まえると、福祉部門にとって、消費生活部門のような別部門との連携や情報共有は、一層困難なことが予想される。しかし、福祉部門とは別に、新たに消費生活部門の見守りネットワークを構築して、消費者被害防止に特化した見守りの担い手を確保することは現実的でない。

既存の福祉部門の見守りネットワークが、消費者被害防止にも取り組んでいけるようにするためには、まずは、福祉部門から見ても、高齢者の見守りにおける消費者被害防止の意義が理解されることが重要である。

高齢者の自立を支援し、高齢者が尊厳を持って、住み慣れた地域で自分らしく生き生きと暮らせる安心な社会を構築する上で、消費者被害の防止は、高齢者に対する必要な支援の一つということができる。

高齢者が、判断能力の衰えや、地域からの孤立に付け込まれ、消費者被害に遭ってしまうと、生活に必要な経済的な基盤を失い、生活に困窮する状況に追い込まれる可能性がある。消費者被害に遭った高齢者は、しばしば悪質事業者に繰り返し狙われ、生活の経済的な基盤を失い、精神的なダメージを受けてしまうこともある。また、高齢者は、貯蓄や資産というストックがあっても、日常得られる収入というフローが十分でないことが多く、消費者被害でそのストックの多くを失ってしまった場合、日々の生活や将来にも不安を抱えることになってしまう。

悪質事業者から高齢者を守り、高齢者が住み慣れた地域で自分らしく生き生きと安心して暮らせる社会を構築するためにも、高齢者への支援の一つとして、見守りを通して高齢者の消費者被害を防ぎ、被害の回復を行っていくことが必要であり、これは、消費生活部門と福祉部門とが連携する上で共有できる基本的な考え方になる。

また、連携の強化には、消費生活部門から福祉部門に対し、消費者被害防止の福祉的な意義について、理解を求めていくだけではなく、消費生活部門においても、福祉部門の高齢者に対する見守りのしくみや地域包括支援センターの役割等について、理解を深める必要がある。消費生活センターにおいて、判断能力が低下してきた高齢者への聞き取りや、

見守り関係者からの聞き取りを行う場面など、福祉部門との連携なしでは、取組が進まないことが多い。特に、一人暮らしの高齢者の家族から直接、消費生活センターに相談が寄せられた場合、繰り返し被害に遭わないよう福祉部門に依頼して、地域での見守りを強化してもらわなければならないこともある。消費生活部門、福祉部門、それぞれの取組を進めるためには、相互に理解を深めながら連携を強化していくことが、必要になっている。

２　消費生活部門と福祉部門を確実に「つなぐ」しくみづくり

先の現況調査の結果では、高齢者等の見守りネットワークにおける消費者被害防止の意識の有無にかかわらず、ほとんどの区市で見守り関係者からの消費生活センターへの相談・通報の実績があった。しかしながら相談・通報の実績のあった区市においても、それぞれの地域包括支援センターや見守り関係者の消費者被害防止に向けた対応の実情は様々であり、現況調査を見ても、それぞれの区市の課題の捉え方も様々である。見守りネットワークにおける消費者被害防止の位置づけを明確にして、消費者被害が疑われる生活の異変等、見守り関係者からの情報を、確実に消費生活センターに「つなぐ」しくみが必要である。

福祉部門の見守りネットワークでは、生命安否その他の生活の異変については、見守り関係者自らが高齢者の状況を判断し、直接の専門の窓口に連絡・通報することは容易ではないことから、一元的な窓口として、地域包括支援センターや高齢者見守り相談窓口に相談・通報することとしている。地域包括支援センターや高齢者見守り相談窓口では、地域における見守りの総合相談窓口として、連絡を受け付け、速やかに状況を確認し、高齢者の状況に応じて、専門的な窓口や医療・介護のサービスの提供など必要な対応につなげている。

福祉部門にとっては、消費生活センターは、高齢者生活全般の見守りネットワークを構成する一員であり、ここでいう「専門的な窓口」の一つであるが、地域包括支援センターや高齢者見守り相談窓口にとって、消費生活センターの役割やそこではどういう対応がとれるか、十分理解されているとは言えないところがある。見守り関係者からの消費者被害が疑われる情報が、地域包括支援センターや高齢者見守り相談窓口を中継し、スムーズに消費生活センターにつながれるためにも、消費生活センターが、相談を受け付け、問題解決のための助言、あっせん及び情報提供等を行っている等、具体的にどのような対処ができるか、地域包括支援センターや高齢者見守り相談窓口に十分に理解してもらう必要がある。そのためにも、消費生活センターから地域包括支援センターや高齢者見守り相談窓口に対し、積極的にアプローチし、両者で顔の見える関係になり、十分な情報共有を行う必要がある。

また、消費生活センターも地域包括支援センターや高齢者見守り相談窓口の位置づけや機能等を理解し、相互理解をすすめ、確実にスムーズに相互につなぐしくみを構築することが必要である。こうしたしくみが構築されれば、被害の拡大防止ばかりでなく、見守り

関係者が消費者被害への対応をする際の負担を軽減し、消費者被害防止の取組の定着・拡大も期待できる。

加えて、消費生活センターに確実につなぐ体制の構築には、消費生活センターと地域包括支援センターや高齢者見守り相談窓口との関係だけではなく、見守り関係者からの情報提供も重要な要素になる。

先の現況調査では、各区市町村で共通していた課題として「家の外からでも発見可能な安否確認に比べ、消費者被害の発見は難しい」ことが挙げられた。見守り関係者が、研修を受け、知識として消費者被害について知っていても、現場で遭遇する個別のケースでは、それが消費者被害かどうかの判断が難しい。また、当該高齢者と常日頃からのつながりがないと、わずかな生活の異変から、消費者被害と判断することは難しい。その判断が難しいため、対応がとられないというのではなく、まずは気づいた生活の異変が、総合窓口の地域包括支援センターや高齢者見守り相談窓口を経由して、消費生活センターにつながるよう、又は、消費生活センターに直接つながるよう、見守り関係者に対しても、消費生活センターが、気軽に相談できる等、そのハードルを下げていくような働き掛けを進めていくことが必要になる。

さらに、消費者被害に関する情報は、被害を受けた高齢者本人から親しい友人や日頃から接点のある人に対して、ふとしたきっかけで伝わることが少なくないと言われている。高齢者本人から、直接、行政の専門機関へ連絡や相談するケースは多いというわけではなく、逆に、自分にも責任があったと収めてしまったり、自尊心から被害にあったことを認めていなかったり、家族に知れ叱責されることを恐れて口外しなかったりすることがある。高齢者本人や、高齢者と親しい友人や日頃から身近な人に対しても、地域で具体的に起こった消費者被害の事例や、消費生活センターの役割や何ができるかを広く知らせていくことで、互いに見守り、見守られる関係をつくり、これが、消費者被害を確実に消費生活センターにつなげていくということの基礎になる。

＜消費生活センターから地域包括支援センターにつないだ相談事例（７０歳代男性）＞

（相談概要）

未公開株・社債等の投資詐欺に繰り返し遭い、さらに過去の投資被害の回復をうたった二次被害も受けて、合計十数件の被害に遭っている。現在カード会社や親類等から合わせて 1 千万円ほどの借金がある。一人暮らしで年金収入があるが、家賃光熱費を含めた生活費を支払うとほとんど残らず、返済はしていないため、督促状が届く。数年前、地元の消費生活センターに相談し、債務整理を始めたがまた借金を重ねてしまい整理できないままである。

（相談結果）

相談者の話しぶりは一見しっかりしている。しかし、繰り返し被害に遭っていることから、通常の判断力があるのかどうか疑問が感じられた。何らかの形で債務整理が必要と考えられるため、地域包括支援センター及び東京都生活再生相談窓口に情報提供を行い、支援方法を検討してもらうこととなった。

第４章　東京都及び区市町村が取り組むべき方向性

１　見守りネットワークの主体としての区市町村の取組

（１）見守りネットワークにおける現状・課題の把握と消費者被害防止の位置づけの明確化

先の現況調査の結果のとおり、各区市によって、高齢者等の見守りネットワークの取組状況は大きく異なっている。特に消費生活部門と福祉部門の連携の度合いについては、区市で大きく異なる。そもそも両部門での相互理解が進んでいない区市や、その相互に理解するきっかけに乏しい区市から、定期的な意見交換の場を設け、連携を進めている区市や、それらの中間の段階にとどまっている区市等さまざまである。

今後、高齢者等の見守りネットワークの主体である区市町村には、こうした区市町村の取組の状況を踏まえつつ、消費者被害防止の機能の充実を図っていくことが望まれる。そのためには、自らの見守りネットワークの現状と課題を把握することが重要であり、また、他地域の取組状況との比較や、取組事例を参考にすることも効果的である。特に、消費者被害の対応を意識することに至っていない区市については、見守りネットワークによる消費者被害への対応を明示的に位置づけ、積極的な取組を進めることが期待される。

一方で、多摩西部や島しょ部の町村では、住民相互の距離が近く、行政も住民の顔が比較的見えやすい関係にあり、行政が生活全般の相談を受ける役割を果たしているような地域については、住民の生活の異変に対する見守りが行われている状態にあると言える。このような地域では、見守りによる生活の異変を発見し、関係部署に相談・通報する機能をすでにある程度持ち合わせている地域と言うことができる。

しかし、消費者被害に遭ってしまった場合、高齢者本人からは、近隣や知り合いの住民に知られることを恐れて、地域の行政機関には、消費者被害に関する相談が寄せられないことがあるという実態がある。こうした地域では消費者被害やその対応方法について、情報の不足等の課題があることから、地域の実情を踏まえ、当該町村と都において情報交換等を行うなど、当該町村と都が連携して課題への対応に向かうことが必要である。

（２）消費生活部門と福祉部門との連携の推進

第３章の基本的な考え方で整理したように、消費者被害防止の対策は、高齢者福祉を進めていく上での考え方に通じるものであり、両部門で共同して行うべき対策であるという理解を共有し、連携する基礎を固めていくことが必要である。

その上で、高齢者等の見守りネットワークで把握した高齢者の生活上の異変に消費者被害が含まれている場合には、消費生活センターに確実につなげるしくみを構築することが重要である。このしくみを構築するためには、見守りネットワークを持つ区市町村の中で、

消費生活部門と福祉部門が、組織立って継続的に連携することが必要である。
先の現況調査において、見守りネットワークで、消費者被害の対応がとれていると思われる区市では、両部門が出席して情報共有・意見交換をする会議があると回答しているところが多かった。両部門の会議の場を新たに設けることは困難としても、連携を進めるため、例えば、各地域の実情に応じて、区市町村の高齢福祉部門や地域包括支援センターが開催する会議等に参加し、消費者被害防止に係る情報提供を行うことなどを通して、関係を構築していくことも可能である。会議という場で、継続的に、両部門が直接、顔と顔を合わせることによって、相互理解が進み、連携強化につながる。

（３）見守り関係者等地域への情報提供

消費者被害の未然防止・拡大防止には、見守り関係者からの情報を、確実に消費生活センターにつなげることが重要になるが、さらに地域での消費者被害の防止につなげるためには、消費生活センターに寄せられた情報を集約・分析し、地域の消費者被害に係る情報として、見守り関係者や高齢者本人に、提供していくことが有効である。
消費者被害に係る情報提供は、国民生活センターや東京都消費生活総合センターから、その傾向や、特徴、相談件数等を示すことにより、被害防止には一定の効果があると思われる。しかしながら、地域の見守り関係者や高齢者本人には、当事者の実感として伝わっていないところもある。そこで、当該地域で具体的にこのような消費者被害が、実際に起きたと伝えることで、地域の見守り関係者や高齢者本人にも、当事者として気を付けようという意識が高まることが期待できる。
また、万一被害に遭ってしまった場合に、どういった対処をすれば良いかや消費生活センターに相談すればどういう対応をしてもらえるか等、情報には具体的な対処法を記載し、消費生活センターの名前だけではなく、その機能の認知を向上することで、消費者被害防止の効果を上げることもできる。
この情報提供をきっかけに、さらなる消費者被害の「気づき」にもつながり、また、それが消費生活センターに確実に「つながる」きっかけとなっていく効果も期待できる。

２　東京都の役割

（１）　区市町村への支援

区市町村の見守りネットワークが、消費者被害の防止にも対応していくためには、これまで述べてきたように、消費生活部門と福祉部門との連携強化を図り、高齢者の消費者被害情報を確実に消費生活センターにつないでいく必要がある。
しかし、現況調査を見ても、区市町村の実情は様々であり、支援の際には実情に即したきめ細かい対応が必要となってくる。

ア　見守りネットワークの強化

①　消費者安全確保地域協議会の設置支援

平成２８年４月に施行予定の改正消費者安全法（平成二十一年法律第五十号）では、高齢者等の「消費生活上特に配慮を要する消費者」の見守り等の取組を効果的かつ円滑に実施するため、消費者安全確保地域協議会（以下「地域協議会」という。）を組織することができるとされた。この地域協議会では、構成員が見守り対象者の個人情報を共有することが可能となり、それに伴い罰則付きの秘密保持義務が課されることとなった。これにより、地域協議会の構成員は、必ずしも本人の同意がなくても個人情報の共有が可能となるため、課題とされている個人情報の共有が難しいという点についての解決策となることが期待できる。また、この地域協議会については、設置の際に、必ず新しい会議を立ち上げる必要はなく、既存の高齢者等の見守りネットワークがある場合は、消費者被害への対応を位置付けることで、地域協議会とすることが可能である。

都は、区市町村に対し、既存の高齢者等の見守りネットワークの枠組を活用することで大きな負担感なく地域協議会が設置可能なことを周知していく必要がある。さらに、見守り関係者からの情報を確実に消費生活センターに「つなぐ」しくみをつくるため、地域協議会の設置に向けて取り組む意向がある区市町村に対しては財政面・人材面での支援を実施していく必要がある。

一方、個人情報の流出等の問題が後を絶たないことや、多くの関係者による情報共有も可能となることを踏まえ、「本人の同意なし」の個人情報の共有については慎重にするべきという意見や特に明文化はしていないが、個人情報の共有については高齢者本人の同意を得ることを原則としている区市もある。こうしたことから、地域協議会での情報の共有に当たっては、具体的にその取扱いについて明確にするなどセキュリティの確保について十分留意する必要がある。

なお、地域協議会が行う見守りの取組の際には個人情報の共有が義務付けられているわけではないので、個人情報の共有を行わない場合であっても、都は上記の区市町村に対する支援を行う必要がある。

②　高齢者見守り人材等の育成支援

多くの見守りネットワークには地域包括支援センター、介護事業者、民生委員、町会・自治会が構成員として含まれている。これらの構成員が、「高齢者が消費者被害に遭っているのではないか」という兆候に気づいた場合に消費生活センターに「つなぐ」ために、消費者被害についての知識を身に付けることが大切である。しかし、どのような状況が消費者被害の兆候なのかを全て判断することは困難であるため、気づいたことを消費生活センターにつないでもらうことが重要になってくる。そのため、見守りネットワーク関係者に実施する講座や研修でも「悪質商法」に関する知識を身に付けてもらうだけでなく、消費

生活センターに気づいたことを伝えることを中心に内容を工夫していくことが必要である。

地域住民が「隣人が消費者被害にあっているのではないか」という兆候に気づいた場合であっても、自分の被害ではない隣人の被害を消費生活センターへ直接連絡することは抵抗感もあり、かなりハードルが高いものと考えられる。見守り関係者には、住民と行政との中間に位置するということから、住民から得たこうした情報を地域包括支援センターや消費生活センターに「つなぐ」ことの必要性についても講座や研修で伝えていく必要がある。

また、介護事業者や町会・自治会等見守りネットワーク関係者は多く、これに対応できる回数の講座や研修を開催していく必要がある。区市町村において講座や研修を実施しているが、区市町村で対応できない部分は、都が補完する形で実施するなど、支援を行っていく必要がある。

なお、消費者被害を受けた高齢者が、身近な親しい友人にその事情を伝えることも少なくないことから、都は見守り見守られる関係にある高齢者向けに出前寄席等を通じて必要な情報の提供を行うことも重要である。

③　ネットワーク内で有効な見守りを広げるための取組への支援

先の現況調査では、高齢者等の見守りネットワークで消費者被害防止の取組を行う中での課題として「福祉サービスを受けていない単身や夫婦のみの高齢者の情報を得ることが難しい」点を挙げている区市が多かった。

見守りの対象となる高齢者のうち、介護等のサービスを受ける高齢者は、介護事業者等の見守り関係者により、消費者被害防止の対応がされる機会があるが、福祉等の行政との接点がない高齢者に対しては、どのような消費者被害防止等の対策が行えるが課題になっている。このような接点やきっかけがなく情報が届きにくいが見守るべき高齢者を発見する手段として、高齢者を個別に訪問する取組を行っている区市町村がある。その際、単に訪問してもなかなか会ってもらえなかったり、会うこと自体を拒否する高齢者も多いことから、啓発の資料に加え、会話のきっかけづくりとなるようなグッズ等があると、はじめの「顔を合わせること」の有効な手段になることがある。この訪問をきっかけに、継続的な訪問や顔見知りといった関係につながり、有効な見守りの広がりにつながっていく。

こうした啓発グッズを作成することで、区市町村の見守りネットワークを強化することができ、都が実施する区市町村への支援として、有効な取組である。

イ　消費生活部門と福祉部門との連携強化に向けた働きかけ

第３章の基本的な考え方において述べた消費生活・福祉各部門における消費者被害防止についての認識の共有や各部門相互の実情等の理解を図り、見守りネットワークにおける消費生活部門・福祉部門の連携を強化していくためには、都の消費生活・福祉各部門から区市町村の各部門に対し働きかけを行っていく必要がある。

例えば、都の消費生活部門が、都の福祉部門が各区市町村を集めて行う会議に出席して施策の説明等を実施することや、両部門がそれぞれ実施する研修のカリキュラムに消費生活部門は福祉の内容を、福祉部門が実施する研修では消費者問題の内容を組み込むことなどが考えられる。

ウ　見守りネットワークの自己評価等を通じた取組の促進

区市町村が、消費者被害防止に向けた取組を充実・強化していくためには、取組の現状や課題を把握することが重要である。そのために、都は、実施した現況調査やヒアリング調査等を参考に、見守りネットワークにおける消費者被害防止の位置づけや、消費者被害を消費生活センターへつなぐためのしくみなどの取組内容を、区市町村が自己評価するためのチェックシートを作成し、区市町村に提供する方法が考えられる。

また、区市町村において、取組を充実強化していくためには、地域の実情に応じた取組を促していくことが重要である。そこで、都は区市町村の自己評価結果を集計し、集計した全体の状況を各区市町村にフィードバックしていく。これにより、各区市町村は、全体における自らの取組のレベル感を把握することが可能となり、取組の充実強化に向けたきっかけとすることができる。

都は、全体の取組状況等を踏まえ、区市町村が取組の充実強化を図るために、他の区市町村における取組事例の提供など必要な助言を行っていく必要がある。

さらに、都は区市町村の主体的な取組を促していくために、区市町村からの要望の多い情報交換の場を提供していく必要がある。この情報交換の場は、ブロック単位で設けるなど、実質的な意見交換もできる工夫を行う必要がある。

（２）　高齢者本人に対する直接的な取組による消費者被害の未然防止
（各家庭を訪問して配送等の業務を行う事業者と連携した高齢者への情報提供）

現況調査で示されたように「福祉サービスを受けていない単身や夫婦のみの高齢者の情報を得ることが難しい」ことが課題になっている一方で、高齢者の自宅を訪問する宅配等の民間事業者は、こうした区別なく高齢者との接点を有している。このため、これらの民間事業者と連携することにより、悪質商法の新たな手口や消費生活センターに関する情報を高齢者本人に直接提供することが可能となる。この高齢者に直接提供する情報は、「高齢者の消費者被害に関する調査」で見られたように、勧誘されても被害に至らなかった理由として「その商法の手口を知っていたから」との回答が多かったことから、消費者被害を未然に防止する効果が期待できる。

都はこの情報提供の取組を今年度試行的に実施し、その結果を検証して来年度から本格的に実施していくとしており、地域で行う区市町村の見守りネットワークを都が広域的な観点から補完する取組となる。この取組が継続して実施されていくためには、民間事業者

が取り組みやすい仕組みや取り組む上でのインセンティブ等に配慮する必要がある。

（３） 東京都長期ビジョンで掲げた目標の詳細化等

都は「東京都長期ビジョン」において、2024 年度までに高齢者の消費者被害防止のための見守りネットワークを全区市町村に構築することを目標として掲げている。今回実施した現況調査から区市町村における取組は四つにグルーピングすることができるが、個々の区市町村の取組状況はさまざまであることから、目標達成に向けては、一律の見守りネットワークの構築を目指すのではなく、各区市町村の実情を踏まえた目標の詳細化とともに、中間点である 2020 年度、目標年度である 2024 年度といった時点を考慮した検討も行う必要がある。

以上のように、消費者被害防止のため、見守りネットワークの機能の拡充を行う直接の主体は、区市町村になるが、都は、区市町村への支援を充実させていく必要がある。区市町村によっては、防災・防犯などを含めた総合的な見守りシステムを構築しているところや町会・自治会主導で構築しているところなど様々である。

都は、これら地域の実情に応じて、構築・運用状況が大きく異なっている見守りネットワークについて、きめ細やかに把握し、区市町村への適切な支援や補完に積極的に取り組むよう期待する。

地域における高齢者の消費者被害防止のための見守りネットワーク構築状況等に関する現況調査結果

要件	質問番号	質問内容	選択肢	A 17区市	B 26区市	C 5区市	D 13町村
要件1	質問1	貴区市町村に見守りネットワーク等があるか（複数回答可）	消費生活部門に構築している	0	0	5	0
			福祉部門に構築している（消費者被害防止等へ対応している）	0	26	4	1
			福祉部門に構築している（消費者被害防止等へ対応していない　今後対応予定）	5	0	0	1
			福祉部門に構築している（消費者被害防止等へ対応していない　対応予定なし）	12	0	1	5
			消費生活部門に構築する予定	0	0	0	0
			福祉部門に構築する予定	0	0	0	2
			どちらの部門にも構築する予定はない	0	0	0	4
要件2	質問2	見守りネットワーク関係者から、消費生活センター等への相談・通報の実績	ある	16	26	5	3
			ない	1	0	0	10
	質問3	高齢者の消費者トラブルを速やかに消費生活相談につなげるため、次の取組を実施しているか（複数回答可）	相談・通報シートを作成・配布	1	3	4	0
			見守りネットワーク関係者からの相談に対応	14	26	3	4
			どちらも実施していない	2	0	0	9
要件3	質問4	悪質商法の手口や消費者被害等に関し、高齢者本人に対する啓発活動を行っているか（複数回答可）	高齢者向けの啓発活動を行っている	14	25	5	4
			一般向けの啓発活動の中で高齢者に注意喚起している	7	12	4	3
			今後高齢者向け啓発活動を行う予定	1	0	0	1
			行っていない	0	0	0	6
	質問5	見守りネットワーク関係者等、高齢者を見守る人々への消費者被害情報の提供や出前講座を行っているか（複数回答可）	見守りネットワーク関係者等へ情報提供を行っている	14	20	5	2
			見守りネットワーク関係者等へ出前講座を行っている	9	22	4	1
			今後情報提供を行う予定	1	0	0	0
			今後出前講座を行う予定	2	1	0	0
			行っていない	0	0	0	11
要件4	質問6－1	消費生活センターへの高齢者からの相談を契機とした、福祉サービスへの橋渡しや福祉部門の職員による消費生活センターの紹介などをしているか	要綱や事務連絡等で連携のルールを定めて実施	2	5	1	0
			連携のルールを定めないで実施	14	21	4	4
			現在、連携していないが、今後実施予定	1	0	0	2
			連携していない	0	0	0	7
	質問6－2	消費生活部門と福祉部門の両部門が出席して、情報共有・意見交換をする会議等があるか	会議等があり、定期的に開催	3	12	4	1
			会議等があり、不定期に開催	5	4	1	0
			会議等はないが、今後実施予定	0	0	0	1
			会議等はない	9	10	0	11
	質問7	関係職員に対して消費生活分野に係る専門知識（クーリング・オフなど）や福祉分野に係る専門知識（成年後見制度など）を修得する機会（勉強会や研修、講座）が提供されているか（複数回答可）	消費生活相談員等が福祉サービス等のしくみを習得する機会を設けている	0	10	2	1
			福祉部門関係職員や高齢者を見守る人々がクーリング・オフ等契約のしくみを習得する機会を設けている	9	11	1	3
			今後、知識習得の機会を設ける予定	3	2	0	0
			担当職務の分野を超えた専門知識を習得する機会は設けていない	7	9	3	10
課題	質問8	高齢者の消費者被害防止の見守りネットワークの取組を進めていくために、課題と感じていることはどのようなことか（複数回答可）	福祉サービスを受けていない単身や夫婦のみの高齢者の情報を得ることが難しい	4	14	4	3
			消費生活センターでどのような対応ができるか、見守りの関係者に十分に理解されていない	7	8	1	2
			生命にかかわる安否確認に比べ、消費者被害防止の優先度が低い	7	10	0	5
			家の外からでも発見可能な安否確認に比べ、消費者被害の発見は難しい	12	16	2	6
			消費生活センター等へ通報があった時に十分な対応ができていない	1	0	0	2
			行政内部での部門を超えた個人情報の共有が難しい	9	10	0	1
			民間事業者等への個人情報の提供ができない	2	5	1	2
			その他	2	5	1	5
要望	質問9	高齢者の消費者被害防止のための見守りネットワークの取組を進めていくために、都へ要望したいのはどのようなことか（複数回答可）	先進事例集の配布	7	12	3	5
			情報交換の場の提供	7	7	3	3
			ネットワーク構築のための人材派遣	3	3	0	2
			都の福祉部門から区市町村の福祉部門への働きかけ	4	14	1	2
			都の出前講座・出前寄席の充実（費用の値下げ等を含む）	5	9	3	2
			啓発グッズの充実及び区市町村への提供	10	14	3	5
			その他	2	2	2	3

○現況調査で回答のあった区市町村を以下のとおりAからDまでの四つのグループに分類

A　福祉部門で見守りネットワークが構築されているが、構成員の中で、消費者被害への対応が、ネットワーク本来の役割としては、特に意識されていない区市

B　福祉部門で見守りネットワークが構築されており、構成員の中で、消費者被害への対応が意識されている区市

C　消費生活部門で見守りネットワークが構築されているが、構成員は、福祉部門の見守りネットワークの構成員と重なっている区市

D　多摩西部や島しょの町村

○うち、A、B、Cについて、グループごとの回答の傾向を見た

回答から見る各グループの特徴等

○見守りネットワークで消費者被害への対応は意識していないとしながらも、高齢者が消費者被害に遭遇しているとみられる場合には、消費生活センターへの相談・通報等がされた実績がある区市である。

しかし、見守りネットワーク内では、消費者被害防止の優先度が低いこと、見守り関係者に消費生活センターの役割が十分理解されていないこと、行政内部での部門を超えた個人情報の共有が困難であることが、課題として挙げられており、消費生活部門と福祉部門の連携を課題とし、とりわけ、両部門の基本的な相互理解に関する部分が大きな課題としてとらえられている。

○福祉部門の見守りネットワークで消費者被害の対応を意識している区市だが、多くの区市から「都の福祉部門から区市町村の福祉部門への働きかけ」が都への要望として挙がっている。見守りネットワークで消費者被害への対応を行う意識があっても、消費生活部門と福祉部門の連携や相互理解はまだ十分ではないことがうかがえる。

○「福祉サービスを受けていない単身や夫婦のみの高齢者の情報を得ることが難しい」ことを課題として挙げている区市が多い。行政や、見守りネットワークの関係者との接点が乏しくアプローチしにくい高齢者に対する消費者被害の対応を課題として考えている。

○定期的、不定期にかかわらず、消費生活部門と福祉部門の両部門が出席して、情報共有・意見交換をする会議を開催していると答えている。

○Bと同様、「福祉サービスを受けていない単身や夫婦のみの高齢者の情報を得ることが難しい」ことを課題として挙げている区市が多い。行政や、見守りネットワークの関係者との接点が乏しくアプローチしにくい高齢者に対する消費者被害の対応を課題として考えている。

付　属　資　料

1　諮問事項及び諮問の趣旨

2　第２３次東京都消費生活対策審議会委員名簿

3　第２３次東京都消費生活対策審議会部会委員名簿

4　第２３次東京都消費生活対策審議会審議経過

諮　問　事　項

「消費者被害から高齢者を見守る取組に係る都の役割と区市町村等との連携強化について」

諮 問 の 趣 旨

都内の高齢者からの消費生活相談件数は年々増加傾向にある。東京では、今後、高齢者の単身世帯や、高齢者夫婦のみの世帯の増加が予測されている。

一人暮らしや夫婦のみの高齢者は、周囲の目が届きにくく、地域でも孤立しがちなため、悪質事業者に狙われ被害に遭いやすく、被害に遭った場合も発見が遅れ、被害が拡大する懸念がある。

このような状況から、昨年度、審議会から、高齢者の身近でサービスを提供する区市町村において福祉部門の見守りネットワークが形成されている場合も見受けられるため、これらのネットワークに消費者被害防止の観点を付加するなどの連携を実現し、高齢者の消費者被害の防止に向けた対策を積極的に取り組むべき旨の提言をいただいたところである。

また、都としても昨年度策定した「東京都長期ビジョン」において、高齢者の消費者被害の防止に向けて、地域で高齢者を見守るためのネットワークの構築を政策目標として位置付けたところである。

これらを踏まえ、今後、消費者被害から高齢者を見守る取組に係る都の役割と区市町村等との連携強化について諮問するものである。

第23次東京都消費生活対策審議会委員名簿

任期:平成26年5月20日～平成28年5月19日

	氏　　名	現　　職	備考
会長	後藤　巻則	早稲田大学大学院法務研究科教授	
会長代理	池本　誠司	弁護士	
	井上　淳	日本チェーンストア協会専務理事	
	上村　協子	東京家政学院大学現代生活学部教授	
	鹿野　菜穂子	慶應義塾大学大学院法務研究科教授	
	河上　正二	東京大学大学院法学政治学研究科教授	
	河村　真紀子	主婦連合会事務局長	
	越山　健彦	千葉工業大学社会システム科学部教授	
	小林　治彦	東京商工会議所理事・産業政策第二部長	平成27年4月1日から
	小山　利一	東京都公立高等学校長協会会長	平成27年4月1日から
	近藤　彰郎	一般財団法人東京私立中学高等学校協会会長	
	﨑山　知尚	都議会議員	平成27年10月8日から
	里吉　ゆみ	都議会議員	
	沢田　登志子	一般社団法人ECネットワーク理事	
	島田　幸成	都議会議員	平成27年10月8日から
	谷村　孝彦	都議会議員	
	西田　佳史	国立研究開発法人産業技術総合研究所 人間情報研究部門　首席研究員	平成27年4月1日から
	野澤　正充	立教大学法科大学院長・立教大学大学院法務研究科教授	
	橋本　恵美子	東京消費者団体連絡センター事務局長	平成27年6月1日から
	橋本　博之	慶應義塾大学大学院法務研究科教授	
	長谷川　公彦	公益社団法人消費者関連専門家会議専務理事	
	飛田　恵理子	特定非営利活動法人東京都地域婦人団体連盟理事	
	洞澤　美佳	弁護士	
	堀　　宏道	都議会議員	平成27年10月8日から
	増田　悦子	公益社団法人全国消費生活相談員協会専務理事	
専門員	板寺　正行	東京都民生児童委員連合会常任協議員	
	小林　良二	東洋大学社会学部教授	平成27年5月29日から
	棚田　和也	公益財団法人東京都私学財団事務局長	平成27年4月1日から
	宮阪　隆彦	東京都金融広報委員会事務局長	平成26年6月19日から

平成27年4月1日以降退任された委員(現職は在職中のもの)

	氏　　名	現　　職	備考
委員	鈴木　錦治	都議会議員	平成27年10月7日まで
	中村　ひろし	都議会議員	平成27年10月7日まで
	舟坂　ちかお	都議会議員	平成27年10月7日まで
	矢野　洋子	東京消費者団体連絡センター事務局長	平成27年5月31日まで
専門員	齋藤　雅弘	弁護士	平成27年5月29日まで
	杤原　克彦	東京商工会議所理事・企画調査部長	平成27年5月29日まで
	村　千鶴子	弁護士、東京経済大学現代法学部教授	平成27年5月29日まで

第23次東京都消費生活対策審議会　部会　委員名簿

	氏　　名	現　　　職	備　　考
部会長	池本　誠司	弁護士	
	河上　正二	東京大学大学院法学政治学研究科教授	
	橋本　恵美子	東京消費者団体連絡センター事務局長	平成２７年６月１日から
	洞澤　美佳	弁護士	
	増田　悦子	公益社団法人全国消費生活相談員協会専務理事	
専門員	板寺　正行	東京都民生児童委員連合会常任協議員	
専門員	小林　良二	東洋大学社会学部教授	

（敬称略）

退任された委員（現職は在職中のもの）

	氏　　名	現　　　職	備　　考
	矢野　洋子	東京消費者団体連絡センター事務局長	平成２７年５月３１日まで

（敬称略）

第２３次東京都消費生活対策審議会審議経過

（1）総会

開　催　日	審　議　事　項　等
第４回 平成２７年５月２９日	・消費者被害から高齢者を見守る取組に係る都の役割と区市町村等との連携強化について（諮問） ・諮問事項についての審議 ・部会の設置と部会委員及び部会長の指名
第５回 平成２７年１０月１６日	・中間のまとめについて

（2）部会

開　催　日	審　議　事　項　等
第１回 平成２７年７月１５日	・消費者被害防止に係る高齢者見守りネットワークの現況と課題について
第２回 平成２７年８月４日	・消費者被害防止に係る高齢者見守りネットワークの論点整理について
第３回 平成２７年９月９日	・中間のまとめ（案）について